

Погорєлова Т. О., доц.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
e-mail: t_pogorelova@ukr.net

ПИТАННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ХАРКІВЩИНИ

Невід'ємною складовою світового туристичного процесу є вітчизняна туристична галузь, яка набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Пріоритетний напрямок розвитку внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя в Україні, створення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені.

В умовах розбудови української держави туризм може і повинен стати дієвим засобом формування ринкового механізму господарювання, надходження значних коштів до державного бюджету, однією з форм раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля, вивчення історії рідного краю, залучення широких верств населення до пізнання тієї історико-культурної спадщини, яку залишили нам попередні покоління.

Важливими факторами розвитку туристичної галузі Харківщини є природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал регіону. Харківщина має вигідне географічне розташування, численні історико-культурні пам'ятки, безцінні рекреаційні ресурси, багату нематеріальну спадщину і, як наслідок, всі умови для розвитку туризму. Завдяки туристичним ініціативам, які нині діють в області, харків'яни та гості регіону мають можливість планувати свій відпочинок з врахуванням численних інтересів та уподобань.

Зараз на Харківщині діють близько 50 туристичних маршрутів. Проте, туристичні можливості Харківщини ще не достатньо вивчені у вітчизняній науковій літературі.

До факторів, які гальмують розвиток туристичної галузі в Харківському регіоні, відносяться:

- значна територіальна диференціація в господарському використанні рекреаційного потенціалу Харківського регіону;
- невідповідність якісних характеристик (у тому числі рівня комфортності) та організаційно-економічного механізму функціонування рекреаційної інфраструктури міжнародним нормам і стандартам, зокрема низький рівень послуг у переважній більшості готелів регіону, що не відповідає їх вартості;
- неефективність механізму регулювання цін на туристсько-екскурсійні, санаторно-курортні та готельні послуги, рівень та динаміка яких повинні визначатися забезпеченістю індустрії оздоровлення, відпочинку та туризму;

- низький рівень маркетингових досліджень у сфері туристсько-екскурсійної та санаторно-курортної діяльності, недостатність її інформаційно-рекламного забезпечення, передусім на зовнішньому ринку.

Шляхами вирішення та ліквідації негативних факторів впливу є:

- підвищення якості сервісу надання туристичних послуг;
- збереження, подальше формування і розвиток курортів регіону як загальнодержавних;
- раціональне (ефективне і довгострокове) використання рекреаційних ресурсів;
- будівництво нових та реконструкція існуючих курортних рекреаційних закладів з урахуванням потенційної ємності ландшафтів курортів, недопущення нового житлового будівництва та непрофільного використання санаторних і оздоровчих закладів.

З кожним роком туристична галузь Харківщини набуває все більшої динаміки. І участь у міжнародних виставках – хороший шанс для всебічної промоції регіону. Туристичні агенції Харківщини на 26-му Міжнародному туристичному салоні «Україна - UITM-2019» продемонстрували топові туристичні маршрути під гаслом «Подорожуйте Харківщиною. Travel around Kharkiv region»: «Стежками мандрівного філософа», «Ловці репінських вражень», «Солодка історія «Білого лебедя», «Від шедеврів архітектури і живопису до шедеврів природи», «Слобожанські скарби Репіна», «Екоподорож «Під градусом», а також двомовна (українсько-англійська) мапа Харківської області.

Під час виставки представники туристичної сфери мали можливість обмінятися досвідом з іноземними колегами та партнерами з просування країн та туристичних дестинацій.

Подальшому розвитку туристичної галузі Харківщини приділяється багато уваги. В області діє програма розвитку культури і туризму та охорони нерухомої культурної спадщини Харківської області на 2019–2023 роки. На заходи з підвищення ефективності туристичної діяльності виділено 5468,2 тис. грн.

Очікувані результати від впровадження заходів Програми:

- стимулювання зацікавленості потенційних туристів у відвідуванні туристичних об'єктів Харківської області;
- забезпечення інформаційної підтримки іноземних та внутрішніх туристів та їх інформування щодо туристичних об'єктів;
- пропагування іміджу Харківщини як європейського туристичного регіону при проведенні заходів туристичного спрямування;
- підвищення кваліфікації і професіоналізму фахівців туристичної сфери та якості туристично-екскурсійних послуг;
- покращення туристичної інфраструктури з подальшою можливістю більш комфортного ознайомлення туристів з туристичними пам'ятками у віддалених районах області;

- посилення безпеки туристів;
- широке залучення молодих вчених, аспірантів магістрів і студентів закладів вищої освіти Харківської області та України до розвитку вітчизняного туризму;
- розвиток екологічного туризму Харківського регіону;
- проведення екскурсій для студентської молоді та учнів Харківської області;
- популяризація творчості художниці М.Д. Раєвської-Іванової;
- створення належних умов для відвідувачів (туристів) КЗ «Історико-археологічний музей-заповідник «Верхній Салтів»;
- залучення більшої кількості інвестиційних коштів, в тому числі від грантових, благодійних фондів та венчурних капіталів;
- створення якісної матеріальної бази в туристичній інфраструктурі міста.

Виходячи з результатів дослідження даної проблеми, вивчення загальної частини туристичних послуг, аналізу діяльності підприємств, які надають туристичні послуги в Харківському регіоні, можна визначити, що територія Харківщини є досить привабливим регіоном для розвитку туристичної галузі. Хоч існує думка, що цей регіон не є конкурентоспроможним у цій галузі і не може змагатися, наприклад, з Карпатами, але наш регіон має досить визначені рекреаційні ресурси, великий потенціал щодо розвитку екологічного, спортивного, пізнавального та ділового туризму.

Харківська область має розгалужену мережу автомобільних та залізничних шляхів, через її територію проходять автомагістралі міжнародного значення, залізничне сполучення з усіма регіонами України та країнами СНД, аеропорт «Харків» (HRK) — міжнародний аеропорт Харкова, розташований за 12 км на південь від центру міста, найбільший у Східній Україні, забезпечують розвиток туризму в Харківській області.

Зростання чисельності туристів та обсягів наданих послуг, комплексний підхід до розвитку малого та середнього бізнесу у туристичній сфері створили новий імідж українського продукту.

Отже Харківщина, володіючи історико-культурними, унікальними природно-рекреаційними ресурсами, вигідним географічним положенням зможе досягнути значного економічного ефекту в туристичному бізнесі.

Список використаних джерел:

1. Лукашевич М.П. Соціологія туризму : підручник / М.П. Лукашевич, С.М. Мошак, Ф.Ф. Шандор. - К. : Знання, 2015. - 303 с.
2. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства / Н.Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
3. Управління регіональним розвитком туризму : навчальний посібник / Д.М. Стеченко, І.В. Безуглий, Н.П. Турло, С.М. Мархонос ; за ред. Д.М. Стеченка. — К. : Знання, 2012. — 455 с.

4. Харківщина показала на UITM-2019 топові туристичні маршрути.
<https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2793092-harkivsina-pokazala-na-uitm2019-topovi-turisticni-marsruti.html>

5. Програма розвитку культури і туризму та охорони нерухомої культурної спадщини Харківської області на 2019–2023 роки.
<http://oblrada.kharkov.ua/ua/programa-rozvitku-kulturi-i-turizmu-kharkivskoj-oblasti-na-2014-2018-roki/14496-normativni-dokumenti>

Манюк В.В., к.б.н., доц.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

e-mail: zapovidna.sich@gmail.com

ЗАЛУЧЕННЯ ЦІНІСНО-СИМВОЛІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ДО ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ СТЕПОВОГО ПОДНІПРОВ'Я

Вступ. Формування вдалого туристичного бренду для регіону – саме по собі завдання не з простих, оскільки полягає в створенні мінімального набору елементів, які мають легко сприйматися на інтуїтивному рівні, і в той же час відображати найбільш унікальні риси, властиві регіону. Ідеї, «зашиті» в символіці регіонального бренду, повинні бути не ефемерними комерційними слоганами, а бути орієнтованими на цінності, які цементують місцеві спільноти навколо себе. Прикладом успішної реалізації зазначених задач можна вважати туристичну айдентику для Офісу туризму Парижу [3].

На жаль, попри активні пошуки і чисельні спроби останніх років, питання винайдення вдалих брендингових рішень для регіонів України залишається відкритим, а для Степового Подніпров'я дотепер взагалі не вирішувалося. Відсутність регіонального бренду вимагає критичного огляду попередніх невдалих спроб і пошуку символів, які можуть бути залученими до формування туристичної айдентики на найближчі десятиліття.

Результати дослідження. В сучасних умовах формування успішного бренду Дніпропетровщини неможливе вже по причині невизначеності із назвою області. Назва «Дніпропетровська» має бути змінена в рамках процесу декомунізації. Вона не тільки не несе актуального змістового навантаження в контексті туристики, але й є по суті руйнівною для формування регіональної ідентичності. Процес зміни назви мав відбутися ще в 2015-17 роках, проте через блокування питання депутатською більшістю у Верховній раді, вирішення його відклали на невизначений термін.

Проукраїнська частина суспільства вимагає зміни назви області на Січеславську, і в разі затвердження цієї назви логічним буде формування регіонального бренду, орієнтованого на цю назву і на відповідне ідеологічне підґрунтя. Символізм назви «Січеславщина» загалом є дуже влучним,